

销售攻心术：销售就是一场心理战

作者：陈永芳, ePUBw.COM

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

序言

销售既是一种职业，也是一门科学、一门艺术，但它更是一场心理战，是一场销售人员与客户之间心与心的互动与博弈。销售，不只是销售人员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，它更需要销售人员对心理学的有效掌握与利用。销售人员要想提高业绩，就必须成为这场心理战的赢家。

“成功的销售人员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。实际上，每个销售人员从找到客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交流。所以，从这个角度来看，销售人员也必须了解客户的心理，才能更好地完成自己的工作。

同样，我们在生活当中也都知道这样的一个事实：你要想钓到鱼，其中最主要的就是鱼饵了。因为不同种类的鱼对于鱼饵的喜好也不同，所以你就得站在鱼儿的立场上思考它们喜欢吃什么。

同理，作为一名销售人员，你要想抓住你的客户，就要站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在思考些什么，这样你才能更好地提升你的业绩。

美国的一项调查表明，超级销售人员的业绩是普通销售人员业绩的300倍。在为数众多的企业里，80%的业绩是由20%的销售人员创造出来的，而这20%的人也并非就是俊男靓女，也并不一定都能言善辩，唯一相同的就是他们都拥有迈向成功的方法，或许他们各自的方法不尽相同，但仍有其共同之处，那就是洞悉客户的心理。

那么，怎样才能知道客户是否对产品产生兴趣，又如何读懂客户的暗示呢？这些都是销售中要解决的心理问题。这就要求销售人员在谈判过程中，练就察言观色、洞察人心的能力；善于从客户的衣着外表、言谈举止等细节上揣测客户的心理，分析客户的思想动态，然后从客户的心理需求出发，说客户喜欢听的话，推销客户需要的产品并为客户提供满意的服务，这样才能将客户引领到我们所期望的方向，最终实现自己的销售目的。

无疑，销售就是一场心理战！销售就是心与心的较量！所以，在销售工作中要想提升你的销售业绩，就一定要懂得察言、观色、攻心，真正明白心理学对销售工作的重要性，从而成为销售行业中的佼佼者。他们可以做到的，你同样也行！学习和掌握他们的攻心秘笈，在平时多加训练，你一定也能成为下一位金牌销售员！

将本书献给那些正在销售第一线奋斗中的人们，希望书中所列出的方式方法能真正伴随你们成长。

陈永芳

2011年10月于广州

本书由“ePUBw.COM”整理，ePUBw.COM 提供最新最全的优质电子书下载！！

第一章 首先成就自己绽放最美的自己

成功的推销员一定是一名伟大的心理学家，每个销售人员从找到客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战。从本质上来讲，销售就是一场心理博弈战，如果你想成功地卖出产品，就必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

1.销售工作并非矮人一等

有些新入职的销售人员对销售工作认识不到位，总觉得现在是买方市场，销售就是要求客户购买，因此在面对客户时，信心不足。其实这种心态不但存在于销售新手身上，有些做了一两年的销售人员也走不出这个怪圈。尤其是当下的销售非常注重服务意识，于是便有销售人员觉得为客户服务就是矮人一等，其实这是一种完全错误的心态。

销售人员要想赢得客户好感，要想取得好业绩，首先就要认同自己，并给自己以积极的定位，这或许并不能直接促成销售的成功，但是，销售人员由内而外表现出来的自信心一定会给客户以积极的感染。试想一下，一个信心十足、热情洋溢、积极乐观的销售人员与一个缺乏信心、消极悲观的销售人员哪一个更能吸引客户呢？答案不言自明，没有人会向那些连自己都不相信自己的销售人员购买产品，更不会接受他们的服务，因为那些销售人员本身的不自信会导致客户对他们所推销的产品和服务的不信任。

实际上，许多销售新人虽然敢于迈出推销生涯的第一步，但直接面对客户、与其进行交流时就会表现得坐立不安、手足无措、语无伦次。为什么平时谈笑风生的销售人员，一旦与客户交谈起来，却变成了这个模样呢？这其实就是他们的自卑心理在作祟，他们从内心深处认为销售工作是一个卑微的行业，干销售是一件很没面子的工作。销售新人在客户面前自觉低人一等、过于谦卑是非常普遍的现象。他们常常这样想：“如果我不对客户尊敬有加，如果不是每时每刻都顺着客户的话去讲，客户就不会下订单，不会买我的产品了。”

其实，这样想是对销售工作的误解。销售与其他行业一样，只是具体工作内容不同。销售人员不是把产品或服务强加给别人，而是在帮助客户解决问题。你是专家，是顾问，你和客户是平等的，甚至比他们的位置还要高些，因为你更懂得如何来帮助他们，所以你根本没必要在客户面前低三下四。要知道，你看得起自己，客户才会信赖你。

而且，在销售行业中最忌讳的就是在客户面前卑躬屈膝。如果你连自己都看不起，别人又怎么会看得起你呢？表现得懦弱、唯唯诺诺，根本不会得到客户的好感，反而会让客户大失所望。你對自己都没有信心，别人又怎么可能对你销售的产品有信心呢？

有一名销售新人向一位经理推销电脑，其间不断讨好对方，这让经理十分反感。经理看了看电脑，觉得质量不错，但最终并未购买。经理说：“你用不着这样谦卑，你推销的是你的产品，而不是同情。你这样子，谁还会信任你，买你的东西呢？”

由此可见，低三下四的销售姿态，不但使商品贬值，也会使企业的声誉和自己的人格贬值。作为一名刚刚涉足销售行业的新人来讲，不管面对什么样的客户，都不要认为销售是一种丢面子的工作。应该保持不卑不亢的态度，至少应该与客户平等相待，只有这样，才能从根本上赢得客户。

孙小姐是一位刚刚毕业的大学生，应聘到某面点公司，成为一位销售新人，经过短短一个星期的培训，就被派到广东当理货员。

我们经常看见超市的货架大都摆得整整齐齐，有条不紊，那些热销、便宜的商品通常会放在最显眼的位置，其实这些都是各家厂商理货员的功劳。靠近门口的货架、多层货架上接近视平线的那几层、店堂里位置显眼的货架，全都是像孙小姐这样的理货员争抢的对象。货架位置越“显眼”，种类越繁多，摆得越有条理，就越容易激发消费者的购买欲望。销量提高了，超市才会多进你的货，才愿意让你的产品长期放在最显眼的位置。

第一次，孙小姐走进一家很小的便利店。面对货架前那个染黄发的女店员冷冷的面孔，她磨蹭了半天就是不敢开口：要不要称呼她“小姐”啊？会不会年纪太大了……如果称呼她“阿姨”？万一她生气了怎么办……

经历了一番思想斗争，孙小姐终于慢慢腾腾地来到她面前，嗫嚅着说：“你好，我是××面点公司的。”女店员转过头来，瞪了她一眼，问：“什么事？”“我，我来看一下我们公司的……”“有什么好看的！”没等

孙小姐说完，女店员就很不礼貌地把头扭了过去。

孙小姐的脸一下子红了，最后她把心一横，滔滔不绝地说起来：“你们的货架有些凌乱，商品的种类比较少，如果多进一点我们的商品对你们也有好处……”她说得口干舌燥，女店员却连正眼都不瞧她一下，周围几个女店员都表情冷漠地看着她，孙小姐羞愧难当……

接下来的几天里，孙小姐又跑了十多家店，都是这种“没面子”的结局。她的心里有些不舒服了：“我是名牌大学毕业的，凭什么要干这种没面子的工作？”

当她在电话里把这种想法告诉公司经理时，经理的一番话启发了她：“销售不是一种卑微的工作，销售人员与其他人一样，都是用自己的努力实现自我价值。你千万不要灰心丧气，只要坚持下来，肯定会取得优秀的业绩。”

孙小姐经过仔细琢磨，觉得经理的话非常正确。是的，销售是自我价值的深刻体现，销售是自我的再生产，是创造一个新自我的过程。

从那以后，孙小姐每周都要光顾那些小超市几次，时间久了也摸索出一些经验：前几次只是互相熟悉一下，一般只和人家说几句“你们挺辛苦的吧”“这里的小偷多吗”之类的话。那些店员表面上很难缠，实际上也觉得工作有些无聊，时间一长，便与孙小姐成了“老朋友”，接着就会把店里的情况一五一十地告诉孙小姐。

这样，半年的时间过去了，那个城市的20多家超市中的“黄金”货架上便摆满了孙小姐所在公司的产品。

对于销售人员来说，不管是高层的销售经理，还是底层的业务代表，其所从事的销售工作都是有着深刻意义的。

每个人都希望发挥自己的才能，为自己的梦想而努力奋斗，这既是人们实现自我的一种心理需要，也是一种对人生价值的追求。对于销售人员来说，既然从事了这种职业，就应该全身心地投入进去，用努力换取应有的回报。

阿峰、阿斌、阿强大学毕业后同时进入某公司，成为公司的销售代表。

阿峰很喜欢自己的这份工作，并做了长远规划。他把销售工作当做自己的事业来做，总是在实践中不断地认真学习和提高自己的能力，他还经常花费双倍的时间、精力来解决销售环节中出现的问题。

阿斌工作非常踏实，他也迫切渴望在工作上做出成绩，以获得领导的赏识，但有时也喜欢偷懒，偶尔会寻找各种借口来逃避责任，但是总体上还是对自己要求比较严格的。

阿强则对这份工作缺乏热情，他只是把工作当做一种谋生的手段，只是按照公司规定办事，内心抱持一种混日子的心态，终日昏昏沉沉地过着。

10年过去了，三个人的境况大不相同。阿峰因为能力过人、业绩突出，一路升职，现为最初应聘的那家公司的销售经理；阿斌后来跳槽，被一家公司聘为销售部主管；而阿强却一事无成，依然落魄，没有一点成就。

俗话说“不想当将军的士兵不是好士兵”，这体现的是一种实现自我价值的心理。工作除了可以使人得到应有的报酬，即获得物质资料外，还能够使人得到精神上的满足。销售是一种服务性的职业，可以给客户带来方便，同时销售人员也在销售中获得客户的认可和尊重。尽管在工作中，销售人员会碰到各种各样的挫折和打击，但是如果成功地征服了这些困难，反而会获得更大的成就感。

金牌销售人员的创业经历告诉我们，搞销售工作并不丢人，它只不过是一种职业，只要放下自己的架子和面子，摆脱虚荣心理的束缚，品尝到销售成功的时刻就不远了。

销售真经

作为一名销售人员，每天都要面对许多不同类型的客户，因此你必须具备许多不同的能力和技巧。要让你想结识的人也愿意结识你，就需要表现你自己，也就是要随时随地地表现出你的能力，让别人都注意你，这就是你的生存之道。

2.把自己看做商品

世界上最伟大的销售人员之一乔·吉拉德曾说过：“推销的要点是，你不是在推销商品，而是在推销你自己。”他甚至还撰写了一部名为《怎样销售你自己》的著作，来专门阐述他的这一经典思想。

销售活动是由销售人员、客户以及商品三方面要素共同构成的。客户要购买商品，而销售人员则是连接客户和商品的桥梁。通过销售人员的介绍，使客户得到更多关于商品的信息，从而做出判断，决定买还是不买。而在这个过程中，虽然客户是冲着商品而来，但是客户最先接触到的却是销售人员。如果销售人员彬彬有礼、态度真诚、服务周到，客户就会对其产生好感，很有可能进而接受其推销的产品；相反，如果销售人员对客户态度冷淡、爱理不理、服务不到位，客户就会很生气、很厌恶，即使其产品质量很好，客户也会排斥。

销售强调的一个基本原则是：推销产品之前，首先要推销你自己。所谓对客户推销你自己，就是让他们喜欢你、相信你、尊重你并且愿意接受你，换句话说，就是要让你的客户对你产生好感。很多时候，销售人员就像是一件又一件的商品，有的相貌端正、彬彬有礼、态度真诚、服务周到，是人见人爱的抢手商品，所有的客户都喜欢；有的衣衫不整、粗俗鲁莽、傲慢冷淡、懒懒散散，就会令客户讨厌，甚至避而远之。

实际上，销售与购买是销售人员与客户之间的一种交往活动。既然是交往，只有彼此之间产生好感，相互接受，才能够继续发展下去，并建立起比较稳定的关系。客户首先接受了销售人员，才会进而接受其产品。因此，销售人员在销售产品时，首先要让客户能够接受自己，对自己产生信任，这样客户才会接受其推销的产品。如果客户对销售人员有诸多的不满和警惕，即使商品再好，他也不会相信，从而拒绝购买。

因此，做到让客户接受自己，相信每一个销售人员都会拥有自己的客户。

有一个基金销售人员，在他最初从事这一行业的时候，每次出去拜访客户，推销各式各样的基金，总是失败而归，尽管他也很努力。

后来这个销售人员开始思考，究竟是什么原因导致自己失败，为什么客户总是不能接受自己……在确定自己推销的产品没有问题后，那就说明是自己身上的缺点让客户不喜欢，因此导致客户拒绝接受自己的产品。为此，这个销售人员开始进行自我反思，找出自己的缺点，并一一改正。为了避免当局者迷，他还邀请自己的朋友和同事定期聚会，一起来批评自己，指出自己的不足，督促自己改进。

第一次聚会的时候，朋友和同事就给他提出了很多意见，比如性情急躁，沉不住气；专业知识不扎实，应该继续学习；待人处事总是从自己的利益出发，没有为对方考虑；做事粗心大意，脾气太坏；常常自以为是，不听别人的劝告，等等。这个销售人员听到这样的评论，不禁感到汗颜，原来自己有这么多的毛病啊，怪不得客户不喜欢自己。于是他痛下决心，一一改正。而且他还把这样的聚会坚持办了下来，然而他听到的批评和意见却越来越少。与此同时，在基金销售方面，他签的单子也越来越多，并且受到了越来越多客户的欢迎。

可见，在销售活动中，销售人员自身和自己销售的产品同等重要，把自己包装好，让客户喜欢，客户才有可能购买你的产品。

由于客户在购买时，不仅要考虑产品是否适合自己，还要考虑销售人员的因素。在一定程度上，销售人员的诚意、热情以及勤奋努力的品质更加能够打动客户，从而激发客户的购买意愿。

影响客户购买心理的因素有很多，商品的品牌和质量有时并不是客户优先考虑的对象，只要客户从内心

接受了销售人员，对其产生好感和信任，就会更加接受他所推荐的商品。研究人员在一项市场问卷调查中发现，约有70%的客户之所以从某销售人员那里购买商品，就是因为该销售人员的服务好，为人真诚善良，客户比较喜欢他、信任他。这一结果表明，一旦客户对销售人员产生了好感，对其表示接受和信赖，自然就会喜欢并接受他的产品。相反，如果销售人员不能够让客户接受自己，那么其产品也是难以打动客户的。

销售人员在与客户打交道的过程中，要清楚自己首先是“人”而不仅仅是销售人员。一个人的个人品质会使客户产生不同程度的心理反应，这种反应潜在地影响到销售的成败。优秀的产品只有在在一个优秀的销售人员手中才能赢得市场的长久青睐。

因此，你在向客户推销你的人品时，最主要的就是向他推销你的诚信。推销要用事实说服而不能用欺诈的手段蒙骗。诚实是赢得客户好感的最佳方法。客户总希望自己的购买决策是正确的，也总是希望从交易中得到一些好处，他们害怕蒙受损失。所以客户一旦觉察到销售人员在说谎或是故弄玄虚，他们会出于对自身利益的保护，本能地对交易产生戒心，结果就很有可能使你失去生意。销售人员要做到诚信须注意以下几点。

(1) 在介绍产品的时候，一定要实事求是，好就是好，不好就是不好，万万不能夸大其词，或只宣传好的一面。

一位乳化橘子香精的销售人员在向客户介绍他们的新产品时，不但讲了优点，还道出了不足之处，最后还讲了他们将采取的提高产品质量的一系列措施。这种诚实的态度赢得了用户对他的信赖，订货量远远超出了该公司的生产能力。

(2) 推销过程中遵守自己的诺言。

销售人员大多通过向客户许诺的方式来打消他们对产品的顾虑，如许诺会承担质量风险，保证产品的优质，保证赔偿客户的意外损失，并答应在购买时间、数量、价格、交货时间、服务等方面给客户最优质的服务和优惠。但是在自己没有能力确保兑现许诺之前，销售人员千万不能信口开河，否则会自食恶果。

所以，从某种意义上说，销售人员在推销的过程中最应该推销的是自己。销售人员应该努力提高自身的修养，把自己最好的一面展现给客户，让客户对你产生好感，喜欢你，接受你，信任你。当你成功地把自已推销给了客户，接下来的工作就会顺利得多。

销售真经

销售人员不仅在卖产品，而且也在“卖”自己，只有把自己当作产品“卖”了出去，那么客户才会把你介绍给他身边的每一个人。吉拉德教导我们，每一位客户身后都会有250个人，要是一位客户就把你介绍给了250个人，这群人又会分别把你介绍给他们身边的250个人，如此反复，你说你的客户群将有多大？

3. 塑造打动人心的第一印象

能否给客户留下好的第一印象，有时候在很大程度上也影响着客户是否会接受并购买你的产品。对于销售人员来说，个人的形象是十分重要的，要想推销产品必须先推销自己，只有先把自己成功地推销给客户，客户才会考虑你的产品。

销售人员应该记住这样一句话：“形象就是自己的名片。”心理学中有一种心理效应叫做“首因效应”，即人与人第一次交往中给人留下的印象在对方的头脑中形成并占据着主导地位的一种反应，也就是我们常说的“第一印象”。第一次见面给对方的印象会根深蒂固地留在对方的脑海里，如果你穿着得体，举止优雅，言语礼貌，对方就会心生好感，认为你是个有修养、懂礼仪的人，从而愿意和你交往；如果你服饰怪异、态度傲慢、言语粗俗，对方就会认为你是个没有修养、不求上进的家伙，从而心生厌恶，不愿意和你接触，即使你下次改正了，也难以重获对方的好感，这就是首因效应的作用。

某食品研究所生产了一种沙棘饮料，一名女销售人员去一家公司进行推销。她拿出两瓶沙棘样品怯生生地说：“你好，这是我们研究所刚刚研制的一种新产品，想请贵公司销售。”经理好奇地打量了一眼面前这个女销售人员，正要回绝的时候，他被同事叫过去听电话，便随口说了声：“请稍等。”当这个“记性不好”的经理打完电话之后，早已忘了他还曾让一个女销售人员等他。就这样，那名女销售人员整整坐了几个小时的冷板凳。快到下班的时候，这位糊涂的经理才想起等他回话的女销售人员，看到她竟然还在等着，心里一惊。面对这个“老实”又有点生涩的销售人员，这位经理觉得她比起经常乱吹一气的销售人员来更令人感到心里踏实，于是当场决定进她的货。

这个案例说明，一个合格的销售人员在与顾客交往的过程中，首先要用自己的人格魅力来吸引顾客。

在销售过程中，销售人员应该争取给客户留下良好的“第一印象”，博得客户的好感和认可。心理学家认为，由于第一印象的形成主要源自性别、年龄、衣着、姿势、面部表情等“外部特征”，所以在一般情况下，一个人的体态、姿势、谈吐、衣着打扮等都在一定程度上反映出这个人的内在素养和其他个性特征，对方会对其作出最基本的判断和评价。因此销售人员在初次面见客户的时候，一定要把自己最优秀、最美好的一面展现出来，使自己先得到客户的认可，然后再推销产品。如果客户对你的印象不好，即使你的产品再好，也会把对你的厌恶牵扯到商品上。

孙刚是一位销售新人，他的工作是销售各种防盗门窗。上班的第一天，老板就交给他一个很重要的任务，让他到一个很有钱的客户家里推销防盗门。在此之前已经有5位很有经验的销售人员去过，但都没有成功。

孙刚非常紧张，担心自己刚刚入行，没有经验。当他站在客户的家门口时，手脚都在不由自主地发抖，但他还是摁了门铃。一位中年妇女打开门，听他结结巴巴地做完自我介绍后，请他进了屋。

孙刚在那儿待了两个多小时，喝掉了十几杯茶，虽然表现得有些紧张，但出人意料的是那位女士却当场在合同上签了字，买下了价值1万元的防盗门。

在这之前，那位女士已经打发走了5位防盗门窗的销售人员，而且他们的开价都比孙刚的低。但是她为什么偏偏选择和孙刚签单呢？原因其实很简单，那位女士说：“这个小伙子敦厚的表现让我放心，我喜欢这个小伙子。”

在那两个多小时的时间里，孙刚凭着他的谦恭、礼貌和真诚赢得了那位女士的信任，并最终谈好了这笔生意。他没有口若悬河地夸夸其谈，没有和客户谈折扣，没有用花言巧语来蛊惑客户，也没有表现得低三下四、唯唯诺诺或者趾高气扬、目中无人，仅仅靠自己正直的人格换取了客户的喜欢和信任。

给客户留下了良好的第一印象是孙刚成功的关键。假如你能够被客户喜欢，那么你就已经成功了一半。

心理学研究发现，与一个人初次会面，45秒钟内就能形成第一印象。而且这最初的印象能够在对方的头脑中形成并占据着主导地位。销售人员一旦给客户留下不好的印象，就很难再纠正过来，毕竟很少有人会愿意花更多的时间去了解、证实一个第一印象不美好的人，而是愿意去接触那些给自己留下美好印象的人。

因此，尽管有时第一印象并不完全准确，但是却在人的情感因素中起着主导作用。在销售过程中，销售人员可以利用这种效应，展示给客户一种比较好的形象，为下一步的销售工作打下良好的基础。

为此，销售人员在与客户初次见面时需要注意以下几点。

(1) 服饰。销售人员着装的基本要求是干净整洁，既要符合时尚美感，又要恰当地体现个性的风采。干净整洁、搭配协调、适合自己的着装，会在举止之间流露出自然的美感和迷人的魅力。

日本推销界流行一句话：“你若想要成为第一流的销售人员，就应该先从仪表修饰做起，先用整洁得体的服饰来装扮自己。”一旦你决定进入销售行业，就必须对自己的仪表投资，这种投资也绝对是值得的。销售人员的着装一定要符合自身的性格、身份、年龄、性别、环境以及风俗习惯，不要赶时髦和佩

戴过多的饰物。如果在穿戴方面过于引人注目，效果反而会适得其反。

(2) 谈吐举止。销售人员与客户说话时，态度要谦逊有礼，让客户觉得你很有教养。彬彬有礼的人才会受到人们的欢迎。有一些问题是你必须避免的，如说话速度太快、吐字不清、语言粗俗、有气无力、态度不冷不热；爱批评、说大话、撒谎；油腔滑调、沉默寡言；太随便，与客户勾肩搭背、死缠烂打；抓耳挠腮、耸肩、吐舌、舔嘴唇、脚不住地抖动；不停地看表、皮笑肉不笑；东张西望、慌慌张张等。

(3) 礼节。礼节是一个人内在文化素养及精神面貌的外在表现。作为销售人员，一言一行都要对公司的社会形象负责。客户都是很聪明的，他们只会和值得信赖、讲究礼节的销售人员合作。讲究礼节的基本原则就是真诚、热情、自信、谦虚。围绕这几个基本原则去交往，必然能给客户留下彬彬有礼的印象。

销售真经

对于销售人员而言，不仅是在销售产品，同时也是在销售自己，并且销售自己是销售产品的前提。良好的形象和言行就是你的名片。因此，拜访客户的时候，你要随时随地注意自己的仪表和着装。

4.目标决定高度

一个人活在这个世界上如果没有奋斗目标，便犹如没有舵的孤舟在大海中漂泊。没有舵的孤舟，无论怎样奋力航行、乘风破浪，终究无法到达彼岸。

一个人没有人生的目标是可怕的。卡耐基曾说：“毫无目标比有坏的目标更坏。”因为没有目标未必是这个人无所事事，而是这个人很可能无所作为。

无数的事实证明，要想成功，必须要有明确的人生目标。没有人生目标，也就没有具体的行动计划；没有行动计划，做事就会敷衍了事，也就没有责任感，更谈不上什么意志坚强，斗志昂扬了。没有目标，什么才能和努力都是白费的。

有无数销售新人因否定自己而最终毫无建树，不得不另谋他职。事实一再表明，一个人只有制订积极的、符合自身实际情况的目标，才能改变工作中、事业上的不理想现状。当你为自己制订了一个远大的目标，并承诺为实现这个目标而奋斗的时候，你便会感觉到涌动在你心底里的巨大潜能，并会感觉到有使不完的劲儿。顶尖级的销售人员都有着一股鞭策自己的神秘力量，当一些销售新人因胆怯而徘徊不前时，他们却能凭借着高度的乐观、自信、上进心，以及内心的自发力量，把恐惧和挫折统统控制住。他们坚信自己一定能够实现目标，他们总是这样激励自己。

美国最有名的销售人员斯通在20岁的时候搬到芝加哥，开了一家叫做“联合登记保险公司”的保险经纪公司。尽管公司中只有他一个人，但他仍决心办好这个公司。

就在开业的第一天，他便在热闹的北克拉街推销出54份保险单。不过，即使一开业就取得了一个开门红，但人们还是议论纷纷，认为斯通的这个公司肯定运行不了几天。然而斯通则坚信自己一定能成功，为此他每天都给自己定下一些高目标来完成。他坚信自己还能完成更高的目标，多售出几份保险。在肯定自己一定行的前提下，在祖利叶城，他平均每天成交70份保险单，最高纪录是一天售出122份。在不懈的努力下，公司也一天天兴旺起来，不仅在芝加哥站稳了脚跟儿，还在伊利诺伊州的其他地区也开辟了保险业务。经过不断的自我提升、自我成长，他达到了在别人看来几乎是不可能达到的目标。

自我提升、自我激励对于每个人实现目标都有很大的促进作用。从本质上说，自我成长、自我提升源于自信。当人们有了某种需要，它就会激励人们用行动去实现目标，以满足需要。当目标还没有实现的时候，这种需要就成为一种期望。而期望就是一种激励力量，它会成为达到目标的动力之源。

如果你是一位缺乏经验的销售新人，当你遭遇到困难、失败时，一定要告诉自己“我不怕困难和失败，也不会轻易被打倒”，并以此激励自己去奋斗，最终一定能取得成功。如果你是一位奋战多年的销售人士，那么你就应该不断给自己提升新的目标，一再尝试，不断提升自己的销售目标，不断突破自己的人

生极限。

现实生活中的很多人只要一遇到困难，就干脆败下阵来；即使困难不大，也不敢去面对，甚至没有困难了也不敢再次试一试。许多时候，在你面临一个大客户时，你会不会说：“天呀！怎么来个这么大的客户，我可没有能力办好这件事。”或者说：“那是个大客户，最厉害的销售人员都没有成功，何况是我这个毫无经验的销售新人，最好还是不要去碰钉子了……”

这样的例子每天都在上演。如果一个销售人员不看好自己的能力，把目标也定得很小，那就限制了自己的潜能，自然就谈不上好的业绩。许多销售人员之所以没有很好的业绩，就是因为一遇到稍有难度的工作就害怕做不到，因而限制了自己的能力和潜能的发挥。

当你认为自己的能力不能做好某件事时，当你说出“我恐怕不行”这样的话之前，请想想这句话对你的业绩有多大影响，想想自己是不是自我设限了。如果是的话，那么你就要想办法突破自我。

要突破自我，就别光想自己的能力大小，而要想到自己的潜能大得很，然后立即行动。只要你这么去想，这么去做了，你就会发现自己的能力远远超过自己当初所预想的。

古人云：“凡事预则立，不预则废。”虽然在实际工作当中，没有预先设定目标的推销人员有时也会有所收获，但那不是真正的成功。制订目标可帮助你获得真正的成功，并且由于你的成功是通过努力工作而获得的，它便具有了真正的价值和意义。你会极力保护你的劳动成果并使其增长，你非但不会挥霍浪费，反而会把它建立在更加坚实的基础上。不制订目标，就不能充分发挥销售人员的自身潜能；没有目标，工作中你就会变得无精打采、烦躁不安，从而失去工作信心。

销售真经

如果你坚信自己是一个最棒的销售人员，坚信自己总能把产品成功地推销出去，你的精神状态也一定是积极乐观、健康快乐的，你的言行举止、思想行动也一定是积极向上的。随之，你的销售之路将会变得更加平坦。

5.做真实的自我

“做真实的自我”是两千多年前希腊大哲学家苏格拉底的一句名言。这句话包含了无穷的真理，假如我们能领悟这句话的真谛，并且认真实践的话，必将受益无穷。

纵观世界上那些各行各业的成功人士的经历，你将不难发现他们成功的要诀在于他们有充分的自知之明，也就是认识自我之后，不断改造自我，才逐步走向成功之路。

美国一些大公司在招聘销售人员的时候，总会问这样一个问题：“你为什么要做销售人员？”对于这个问题，大部分的应聘者会回答“我喜欢这个有挑战性的工作”“为了实现自己的梦想”等。做出这样回答的应聘者一般是不会被录取的。相反，如果应聘者说“为了赚钱”，招聘者反而会露出满意的笑容，祝贺他被录用。

说“为了赚钱”似乎有点低俗，但为什么被录用了呢？这是因为从这个回答中，招聘者能够看到应聘者所拥有的一颗真实的心。拿破仑曾说：“不想当将军的士兵不是好士兵。”这句话套用到销售人员身上，就可以这样说：“不想赚大钱的销售人员不能成为一个顶尖的销售人员。”事实也确实如此，一个不想赚大钱的销售人员一般都不能创造良好的业绩。

当然，成功的销售人员也不例外，我们以日本保险业销售泰斗原一平为例吧。

原一平在27岁时进入日本明治保险公司，开始了他的推销生涯。在他从事这份工作之初，他穷得连午餐都吃不起，只能露宿街头。但一个极为偶然的的机会，这位落魄的销售人员因为一位老和尚的一席话而改变了一生。

有一天，他向一位老和尚推销保险。听了原一平详细的说明之后，老和尚平静地说：“听完你的介绍之后，丝毫没有引起我投保的意愿。”

老和尚注视原一平良久，接着说：“人与人之间，像这样相对而坐的时候，一定要具备一种强烈吸引对方的魅力，如果你做不到这一点，将来就没有什么前途可言了。”

原一平哑口无言，冷汗直流。

老和尚又说：“年轻人，先努力改造自己吧！”

“改造自己？”

“是的，要改造自己首先必须认识自己，你知不知道自己是一个什么样的人呢？”

老和尚又说：“你在替别人考虑保险之前，必须先考虑自己，认识自己。”

“考虑自己？认识自己？”

“是的，赤裸裸地注视自己，毫无保留地彻底反省，然后才能认识自己。”

老和尚的这一席话，如醍醐灌顶，原一平终于明白了自己失败的原因所在。他从此努力认识自己，锤炼自己，终成一代推销大师。

认识自己，看起来简单，其实相当困难。一个人必须经由自我剖析与接受别人批评的过程之后，才能够逐步认识自己。很多人对自己都没有信心，经过自我剖析之后，才发觉自己的长处，知道自己性格的弱点，相信自己的能力，确定自己努力的方向，从工作中找到自己，也拾回了信心。那么，又如何自我剖析呢？最简单的方法就是永远留“一只眼睛”注视自己，随时反省。

宫本五藏、柳生又寿郎是日本近代两位一流的剑客，宫本是柳生的师父。

当年，柳生拜师学艺时，问宫本：“师父，根据我的资质，要练多久才能成为一流的剑客呢？”

宫本答道：“最少也要10年！”

柳生说：“哇！10年太久了，假如我加倍努力地苦练，多久可以成为一流的剑客呢？”

宫本答道：“那就要20年了。”

柳生一脸狐疑，又问：“如果我晚上不睡觉，夜以继日地苦练，多久可以成为一流的剑客呢？”

宫本答道：“你晚上不睡觉练剑，必死无疑，不可能成为一流的剑客。”

柳生颇不以为然地说：“师父，这太矛盾了，为什么我越努力练剑，成为一流剑客的时间反而越长呢？”

宫本答道：“要当一流剑客的先决条件，就是必须永远保留一只眼睛注视自己，不断地反省，现在你两只眼睛都看着一流剑客的招牌，哪里还有眼睛注视自己呢？”

要当一流的剑客，光是苦练剑术不够，必须永远留一只眼睛注视自己，不断地反省；要当一流的推销家，光是学习推销技巧也不够，也必须永远留一只眼睛注视自己，不断地反省。

我们知道自己的长处，并发挥自己的长处，不但容易获得别人的尊重，自己也会因为工作上的表现提高自信心，进而肯定自己。根据心理学家的统计，人类所使用的能力大约仅占其全部能力的2%。换言之，还有98%的能力尚未使用，人类的长处大都还没有开发。如何开发自己的长处，可通过前述“自我剖析”了解自己的优、缺点，也可通过“他人的批评”获悉自己的长、短处。

销售人员是一个特殊的群体，他们可以说是商战中的特种兵，是集大智大勇、将帅风度、谋士气质、斗

士勇气于一身的特种人才。他们在推销产品的同时，实际上也是在推销自己，包括自己的业务水平、谈判技巧、为人品德等综合素质，这些都可以形成一种影响力，它决定着客户会不会信服你、接受你。做好真实的自我，相信真实的自我，这是使销售人员充满力量，让客户喜欢自己的根本途径。

销售真经

要认识自己，必须依靠“自己”与“别人”。“自己”就是前述的自我剖析，“别人”就是他人的批评。由于自我剖析往往不够客观与深入，因此得依赖他人的批评。

对大多数人而言，向自己坦白短处或向别人承认过错，都是非常难堪的事。因此，许多人总是纵容自己，一旦发生错误总是找借口原谅自己，得过且过。只有少数人深知一定要自我剖析，最终才可获得丰硕成果。他们明白，只有从自我剖析中，才能看清自己的优缺点，才能肯定自我，发挥所长。

6.自我肯定，让自己高大起来

生活中，人们总是或多或少地拿自己和别人相互比较。通过比较，人们会发现自己和他人的差距，了解自己的缺点和优势，并激发自己的上进心，向好的榜样努力学习，不断地提升自己，这是比较积极的作用。但是如果在比较过程中，人们找错了对象，选错了方法，那么就会产生不良的影响。比如，用自己的优点与别人的缺点进行比较，和用自己的缺点与别人的优点进行比较，其产生的结果必然是截然不同的。

在销售工作中，通过业绩的对比来对销售人员进行评价是通用的一种方式。领先的人继续努力，落后的人加紧追赶，大家都为了做出更好的成绩而不懈努力。但是有的销售人员面对自己平平的业绩就会失去信心，甚至妄自菲薄：“我怎么可能超过人家。”“我太笨了，不行的！”这样的销售人员首先在内心就完全否定了自己，觉得自己没办法和身边的成功人士进行比较，总觉得自己低人一等，认为自己不会有什么出息。有了这样的消极心理，他们在工作中就不会努力地突破自己，甘愿做最后一名。

妄自菲薄是一种消极的心理反应。很多时候，销售人员会因为自己家庭状况不好、经济收入不多、文化水平不高、社会地位低下等因素而不由自主地否定自己，因自己的现状而感到自卑，在销售时便缺乏了应有的自信，变得懦弱和谦卑。“我只是一个普通高校的本科生，人家可是名牌大学的博士，我怎么比得过他啊？”“人家可是有头有脸的大人物，会接见我这个小推销员吗？”“还是算了吧，凭我的实力根本就完成不了这个任务。”这样的消极心理完全吞噬了销售人员的自信和激情，使销售人员只会不断地埋怨自己、责怪自己、贬低自己，而不去主动地改变和提高自己。长此下去，就会形成一种恶性循环。

小李是一个大专毕业生，毕业以后进入一家保险公司当业务员。初出茅庐的他想要好好地表现自己，于是干劲十足地投身到工作当中去，并且也取得了一定的成绩。在与同事的接触过程中，他渐渐地发现公司里面的业务员大多是名牌大学的博士生和硕士生，最次的也都是重点大学的本科生，这让小李觉得压力很大，一个专科生跻身在一大群比自己学历高的人中间，多少有些不相配。小李总觉得自己就像是丑小鸭，大家都在注视着他。

公司每个月都有业绩评比，如果小李做得稍微好一点，他就对自己说，这是瞎猫碰上死耗子，侥幸而已；当自己落后，同事都排在自己前面时，他又会对自已说，应该的，人家都比你学历高，业绩比自己好也是理所当然的。而且每次约见大客户时，小李也总会把机会让给同事，他觉得自己不配去和那些大老板谈判，即使去了人家也会瞧不起自己的，所以就不自讨没趣了。小李的这种心理使他越来越不自信，只是天天在公司打电话，而不敢出去约见客户，所以一直业绩平平，没有进步。

妄自菲薄既是对自己心灵的严重打击，也是对自己的不尊重和不负责任。试想，如果一个人连自己都看不起自己，还有什么资格去要求别人看得起你？人活着应该有自己的尊严，不管自己身处什么环境中，不管自己身份多么卑微，都要看得起自己，努力争取自己应当拥有的权利，并不断地提高自己，以此赢得别人的尊重和敬佩。自暴自弃是最愚蠢的做法，渴望用自己的可怜来换取别人的同情是行不通的。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《销售攻心术：销售就是一场心理战》陈永芳 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/1189.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

